

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era modern ini semakin cepat yang tentunya sangat berpengaruh pada komunikasi yang merupakan aspek penting dalam kehidupan sosial manusia. Komunikasi elemen penting dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Salah satu bentuk komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yaitu melalui iklan. Iklan merupakan media yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk mempromosikan produk, jasa, atau menyampaikan pesan kepada masyarakat. Namun, selain iklan komersial, terdapat pula jenis iklan yang bertujuan untuk menyampaikan pesan sosial atau layanan masyarakat.

Iklan layanan masyarakat (ILM) memiliki peran yang penting dalam komunikasi, yaitu menyampaikan pesan yang berhubungan dengan masalah sosial, kesehatan, lingkungan, atau isu-isu penting lainnya. ILM bertujuan untuk membangun kesadaran, mengubah sikap, dan mendorong tindakan positif dari masyarakat. Keberhasilan suatu ILM sangat tergantung pada bagaimana pesan tersebut disampaikan dan diterima oleh khalayak. Salah satu bidang yang perlu adanya ILM yaitu pada bidang kesehatan khususnya terkait dengan pemberian imunisasi yang dapat mengurangi dan mencegah kejadian kesakitan, kecacatan, dan kematian akibat penyakit yang dapat dicegah dengan imunisasi.

Imunisasi adalah salah satu upaya yang paling efektif dalam mencegah penyebaran penyakit dan meningkatkan kesehatan masyarakat. Salah satu jenis penyakit menular yang menjadi penyebab utama kematian pada anak-anak di seluruh dunia adalah pneumonia. Berbagai negara-negara yang telah memasukkan vaksin *Pneumokokus Konyugasi* atau PCV sebagai bagian dari program tambahan dalam imunisasi rutin. WHO merekomendasikan penggunaan PCV dalam program imunisasi anak di seluruh dunia, terutama di

negara-negara dengan angka kematian anak yang tinggi yaitu angka kematian dibawah 5 tahun sampai 50 kematian per 1000 kelahiran, yang harus memberikan prioritas tinggi pada pengenalan vaksin multikomponen ini (WHO, 2021). Secara bertahap mulai dari tahun 2017, Kementerian Kesehatan Indonesia berjanji untuk memastikan perlindungan terhadap semua anak Indonesia dari risiko pneumonia melalui program vaksinasi PCV. "Hari ini, Kementerian Kesehatan meluncurkan secara nasional Imunisasi PCV. Pemberian vaksinasi PCV ini sangat penting karena telah terbukti mampu menurunkan pneumonia secara drastis. Karena, pneumonia ini bisa menyebabkan kematian pada anak dan balita. Oleh karena itu, dengan tekad bulat mulai tahun 2022 imunisasi PCV akan kita lakukan di seluruh Indonesia," ucap Menkes (Rokom, 2022).

Vaksinasi pada anak-anak merupakan salah satu cara yang efektif untuk mencegah penyebaran penyakit menular. Namun, masih banyak masyarakat yang memiliki persepsi yang salah tentang vaksinasi dan menganggapnya membahayakan kesehatan anak-anak. Beberapa alasan yang sering dikemukakan adalah efek samping yang mungkin terjadi setelah vaksinasi, kepercayaan bahwa sistem kekebalan tubuh anak-anak sudah cukup kuat, dan informasi yang salah dari sumber yang tidak terpercaya. Hal ini dapat menyebabkan penolakan terhadap vaksinasi dan meningkatkan risiko penyebaran penyakit. Oleh karena itu, edukasi dan informasi yang akurat tentang vaksinasi sangat penting untuk mengatasi salah persepsi ini dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan manfaat vaksinasi (Cdc, <https://www.cdc.gov/vaccines/parents/why-vaccinate/vaccine-decision.html>, 2023).

Cakupan imunisasi di Indonesia masih rendah di beberapa jenis vaksin seperti difteri, tetanus, campak, rubella, dan polio. Cakupan imunisasi dasar lengkap di Indonesia menurun secara signifikan sejak awal pandemi COVID-19, dari 84,2% pada tahun 2020 menjadi 79,6% pada tahun 2021 (Rokom, 2022). Berbagai faktor lain kurangnya cakupan imunisasi seperti, pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya imunisasi, aksesibilitas yang terbatas ke fasilitas kesehatan, serta adanya stigma dan penolakan terhadap vaksin. Dalam upaya untuk mengatasi masalah ini, pada tahun 2022 diadakan pemerintah Indonesia telah mengadakan Bulan Imunisasi Anak Nasional

(BIAN) yang diselenggarakan bersamaan dengan pekan imunisasi dunia. Bulan Imunisasi Anak Nasional (BIAN) merupakan mencakup pemberian vaksin tambahan Campak-Rubella serta memberikan dosis lengkap Imunisasi Polio dan DPT-HB-Hib yang sebelumnya terlewat. Sekitar 800 ribu anak di seluruh Indonesia berisiko lebih besar tertular penyakit yang dapat dicegah dengan vaksin seperti *pneumonia*, difteri, *tetanus*, campak, *rubella*, dan polio (KemkesRI, 2022).

Meskipun terdapat kendala pandemi COVID-19, Bali dan DI Yogyakarta berhasil mencapai target cakupan imunisasi yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, kedua daerah ini tidak perlu melaksanakan upaya tambahan dalam hal imunisasi (Firdaus, 2022). Keberhasilan cakupan imunisasi di Yogyakarta menjadi alasan kami berkolaborasi dengan puskesmas Berbah DI Yogyakarta karena dapat menjadi inspirasi bagi daerah lain yang masih berjuang untuk mencapai target yang sama. Dengan membagikan video iklan layanan masyarakat, dapat memberikan contoh positif kepada daerah lain untuk meningkatkan upaya imunisasi mereka. Kami menghasilkan sebuah karya video iklan layanan masyarakat berjudul "Lindungi Masa Depan Anak! Imunisasikan Mereka Dengan Cermat" yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya imunisasi. Pemilihan tema ini diharapkan untuk mengejar ketertinggalan dalam cakupan imunisasi di Indonesia dan untuk memperkuat kesadaran masyarakat akan manfaat besar dari imunisasi bagi kesehatan anak-anak.

Video iklan layanan masyarakat yang kami buat memiliki tujuan untuk memberikan informasi yang akurat dan mudah dipahami tentang program imunisasi pemerintah, khususnya dalam upaya menekan *pneumonia* pada balita melalui pemberian vaksin PCV. Dalam video ini, kami juga menjelaskan dengan jelas bagaimana proses imunisasi berlangsung di Puskesmas, sehingga masyarakat dapat memperoleh pengetahuan yang benar tentang imunisasi. Pembuatan karya audio visual berbentuk iklan layanan masyarakat ini tentunya tidak dilakukan seorang diri dan membutuhkan banyak orang terlibat yang memiliki peran masing-masing.

Dalam pembuatan video, kehadiran sutradara sangat berperan. Peran utama sutradara adalah sebagai pimpinan produksi yang memiliki kemampuan dasar terhadap semua aspek dalam pembuatan karya audio visual. Mulai dari alur cerita, aspek visual, aspek audio, hingga pengambilan keputusan saat produksi, semuanya dalam kendali sutradara. Keterampilan komunikasi dan kepemimpinan yang kuat menjadi hal krusial bagi seorang sutradara. Proses kreatifnya sangat memengaruhi hasil akhir sebuah video; dia harus mampu menghasilkan ide-ide baru dan menemukan solusi atas masalah yang timbul. Tanggung jawabnya mencakup aspek kreatif dan teknis dalam pembuatan video, seperti mengendalikan akting dan dialog para pemain, serta mengarahkan kru produksi.

Dalam pembuatan iklan ini peran kreatif yang dilakukan yaitu memvisualkan keceriaan anak saat bermain di taman dan memilih permainan khas daerah Yogyakarta agar memberi kesan bahwa iklan tersebut di produksi di daerah Yogyakarta. Dalam iklan ini juga menampilkan langkah-langkah proses imunisasi secara informatif dan di perkuat dengan wawancara dengan Pj Imunisasi dan Dokter terkait.

## **1.2. Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang dapat di ambil dari penulis skripsi ini adalah bagaimana peran kreatif sutradara dalam proses pembuatan karya audio visual berbentuk iklan layanan masyarakat mengenai pentingnya imunisasi anak.

## **1.3. Tujuan**

Berdasarkan fokus dan rumusan masalah di atas, tujuan dari laporan ini adalah untuk mendeskripsikan proses kreatif sutradara dalam

pembuatan Iklan Layanan Masyarakat “Lindungi Masa Depan Anak! Imunisasikan Mereka dengan Cermat”

### **1.3.1. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari laporan skripsi ini diharapkan memberi informasi mengenai proses kreatif sutradara dalam upaya meningkatkan kesadaran dan pengetahuan Masyarakat mengenai imunisasi serta mengurangi stigma dan penolakan terhadap vaksin. Karena Iklan Layanan Masyarakat “Lindungi Masa Depan Anak! Imunisasikan Mereka dengan Cermat” mengingatkan masyarakat akan pentingnya imunisasi anak sejak dini.

### **1.3.2. Manfaat Akademis**

Manfaat teoritis dari laporan ini adalah memberikan kontribusi pada pengembangan keilmuan, terutama dalam bidang Ilmu Komunikasi atau bidang ilmu lainnya. Laporan ini menyajikan informasi dan analisis yang mendalam tentang pembuatan konten dalam iklan layanan masyarakat “Pentingnya Imunisasi”, sehingga dapat menjadi referensi dan dasar penelitian lebih lanjut dalam memahami aspek komunikasi dalam kampanye kesehatan masyarakat.